

# Grado en Marketing y Comunicación Digital

**Asignatura:** Introducción al Derecho

**Materia:** Derecho

**Créditos:** 6 ECTS

**Programa:** Grado

**Modalidad:** Presencial

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Segundo

## 1. Índice

1. Índice .....	2
2. Presentación.....	3
02.1 Descripción .....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes .....	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación .....	3
4. Resultados de aprendizaje de la asignatura.....	5
5. Contenidos.....	5
6. Metodología.....	6
7. Evaluación .....	6
8. Bibliografía .....	7
8.1 Bibliografía básica.....	7
8.1 Bibliografía complementaria.....	8

## 2. Presentación

### 02.1 Descripción

La asignatura pretende, principalmente, introducir al estudiante en el mundo jurídico relacionado con el ámbito del derecho Privado y en concreto con aspectos relacionados con el Derecho Civil y Derecho Mercantil, familiarizándose así con la terminología jurídica y con los contenidos relacionados con la Contratación.

También se pretende fomentar la búsqueda de información con la finalidad de poder aplicarla a la resolución de casos prácticos que se plantan durante las clases, fomentando así mismo la discusión de las distintas soluciones, que puedan darse en un mismo supuesto de hecho en el que se plantee un conflicto jurídico laboral.

### 02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

A través del estudio del material programado, el alumno va a poder recibir la formación necesaria para poder orientarse mejor en el ámbito de la contratación tanto civil como mercantil, cuestión que resulta útil tanto a nivel personal como profesional ya que tiene una relación directa con una parte importante de la actividad empresarial.

## 3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 - El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT2 - El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT3 - El estudiante será capaz de relacionar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la tecnología, la globalización y la sostenibilidad.
- RAT4 - El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT5 - El estudiante podrá describir políticas de marketing y ventas como guía de la actividad empresarial teniendo en cuenta la cultura, la política y los objetivos de la empresa.

- RAT7 - El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 - El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 - El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT12 - El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT13 - El estudiante sabrá seleccionar las acciones concretas de comunicación teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders y su rentabilidad.
- RAT14 - El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT15 - El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT16 - El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional
- RAT17 - El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 - El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 - El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT23 - El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.
- RAT24 - El estudiante será capaz de formular una estrategia comercial que considere los intereses y necesidades de los stakeholders para crear relaciones de confianza.
- RAT25 - El estudiante podrá desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa como refuerzo del posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados

## 4. Resultados de aprendizaje de la asignatura

- RAM1 - El estudiante será capaz de explicar asertivamente los conceptos fundamentales del derecho civil, mercantil, sus fuentes y principios de jerarquía mediante la presentación oral de un trabajo individual.
- RAM2 - El estudiante será capaz de interpretar correctamente las normativas aplicables para el desarrollo de las funciones directivas cada área empresarial mediante un análisis normativo de un caso práctico.
- RAM3 - El estudiante será capaz de desarrollar de forma precisa estrategias y prácticas para la adopción de marcos de referencia a nivel de cumplimiento normativo en la organización a mediante la realización de un proyecto escrito.
- RAM4 - El estudiante será capaz de interpretar de forma clara datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética, a través de la resolución de un caso práctico escrito.
- RAM5 - El estudiante será capaz de explicar adecuadamente información jurídica a un público tanto especializado como no especializado, en una exposición ante un comité de evaluación inter pares.
- RAM6 - El estudiante será capaz de inferir adecuadamente la importancia del Derecho como sistema regulador de las relaciones sociales en ejercicios de debate con alumnos, dirigidos por el profesor.
- RAM7 - El estudiante será capaz de interpretar correctamente las normas laborales y su aplicación a las diferentes situaciones y conflictos con los trabajadores, mediante trabajos grupales prácticos.
- RAM8 - El estudiante será capaz de aplicar correctamente el ordenamiento jurídico en las actividades empresariales mediante una simulación de aplicación normativa a una empresa.

## 5. Contenidos

La asignatura pretende, principalmente, introducir al estudiante en el mundo jurídico relacionado con el ámbito del derecho Privado y en concreto con aspectos relacionados con el Derecho Civil y Derecho Mercantil, familiarizándose así con la terminología jurídica y con los contenidos relacionados con la Contratación.

En particular:

- Introducción al derecho civil
- Introducción al derecho mercantil
- El derecho del trabajo
- Los contratos de trabajo
- Las relaciones laborales

## 6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

## 7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Seguimiento con el tutor	40 %
Informe Final de la actividad	20 %
Defensa Oral de la actividad	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el

examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de “No presentado”.

“La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, “la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura”. **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5).”**

**Evaluación Única:** La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

## 8. Bibliografía

### 8.1 Bibliografía básica

- Tratado de la Unión europea, Directivas europeas y jurisprudencia del Tribunal europeo de derechos humanos [www.curia.europa.eu](http://www.curia.europa.eu)
- Manuel Alvadalejo. Derecho Civil II. Derecho de Obligaciones. 14a Edición
- Aurelio Menéndez. Lecciones de Derecho Mercantil. Ed. Thomson- Civitas. Sexta ed.
- Alberto Bercovitz Rodríguez- Cano. Apuntes de Derecho Mercantil. Ed. Thomson-Aranzadi.9ª Edición.
- Del Pozo Carrascosa, Pedro, Vaquer Aloy, Antoni, Bosch Capdevila, Esteve. Derecho Civil de Cataluña, Derechos Reales, Marcial Pons-2018.
- Código Civil y anexos legislativos: Ley de Consumidores y Usuarios. Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación. Ley de Contratos de ... del Menor (Derecho - Práctica Jurídica) - 13 sep 2018- de Ruiz-Rico Ruiz, José Manuel (Autor, Coredactor).
- Códigos La LEY: Código de Comercio y Leyes Mercantiles 2019. Redacción La LEY y Alonso Ureba.

## 8.1 Bibliografía complementaria

- Lecciones de derecho civil patrimonial, María José SANTOS MORÓN (coord.), Segunda Edición 2017, Editorial Tecnos.
- Lecciones de derecho mercantil (21ª ED.) Guillermo J. JIMENEZ SANCHEZ; Alberto DIAZ MORENO, 2018, Editorial Tecnos
- Constitución española y jurisprudencia del tribunal constitucional